

DemoskopPanelen

Bakgrund

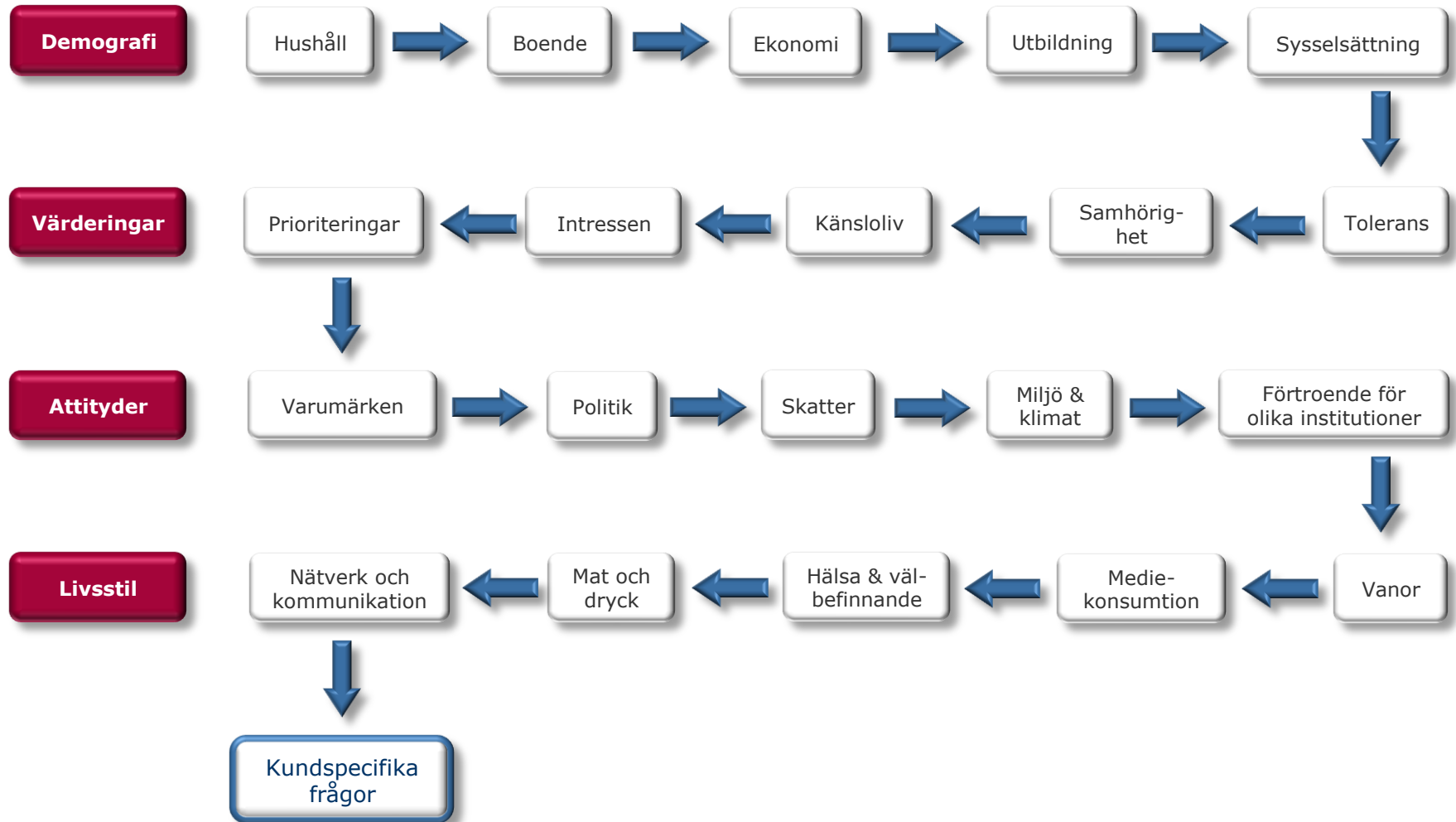


- ✓ Riksrepresentativ databas med möjligheter till djuplodande analyser
- ✓ Rekrytering via Demoskops månatliga telefonomnibus
- ✓ Elva fullskaliga omgångar, den första 2002

- ☐ Cirka 5 000 intervjuer
- ☐ Intervjuer via Internet och postala enkäter
- ☐ Cirka 1 000 frågor fördelade på olika områden
- ☐ Genomförs numera årligen



Följ en person genom 1 000 frågor



DemoskopPanelen för breda och fördjupade frågor

Antalet intervjuer och mängden frågor ger stora statistiska analysmöjligheter, den slutgiltiga analysen och dock snarare av kvalitativ karaktär när mönster, samband och individer ska beskrivas.

Perspektiv som berör allmänheten i stort, samhällsfrågor tjänster och produkter som nyttjas av många.

Om perspektiven och de underliggande sambanden är många, skiftande och till del okända.

Breda frågor

I gränslandet mellan kvalitativ och kvantitativ analys

Utforskande perspektiv

Demoskop Panelen

Ger möjligheter att identifiera och på djupet beskriva specifika målgrupper, belysa geografiska skillnader, etc.

Om det finns behov av att på djupet förstå drivkrafter och orsakssammanhang.

Segmentering och målgruppsbeskrivningar

Komplexa sammanhang

Både samhällsorienterat och kommersiellt - exempel

Väljarnas val

- värderingsgruppernas uppfattningar i olika samhällsfrågor

Underlag för parti-strategiskt arbete

- djupgående analys av väljarna, arketypsbeskrivningar

Ålder och åldrande

- beskrivning förhållningssätt, hot och möjligheter med en åldrande befolkning

Marknadsanalys

- underlag för beslut om produktutformning, prissättning, distribution, marknadskommunikation

Svartarbete

- omfattning, attityder, identifiering av kategorier med olika förhållningssätt

Skogsindustrin

- synsätt på skogsindustrierna kontra andra branscher

Attityder till klimatförändringarna

- kartläggning av förhållningssätt och åtgärder

Kartläggning av målgrupp för DR-aktiviteter

- detaljerad beskrivning av potentiella köpare, underlag för kommunikation och erbjudande

Polisens arbete

- erfarenheter av brott och polisens arbete över tiden

Livsåskådningsanalys

- rättsmedvetande, religiositet, tolerans, frågor om liv och död etc.

Målgruppssegmentering

- svenska konsumenters intresse för, konsumtion av och attityder till viner från ett specifikt land

Tjänstesektorn

- myter och attityder, argumentation för tjänstesektorn som framtidens arbetsgivare

Utveckling av detaljhandelskedja

- konkurrentjämförelser, målgruppsbeskrivningar, kunderbjudande

Näringslivsvärderingar

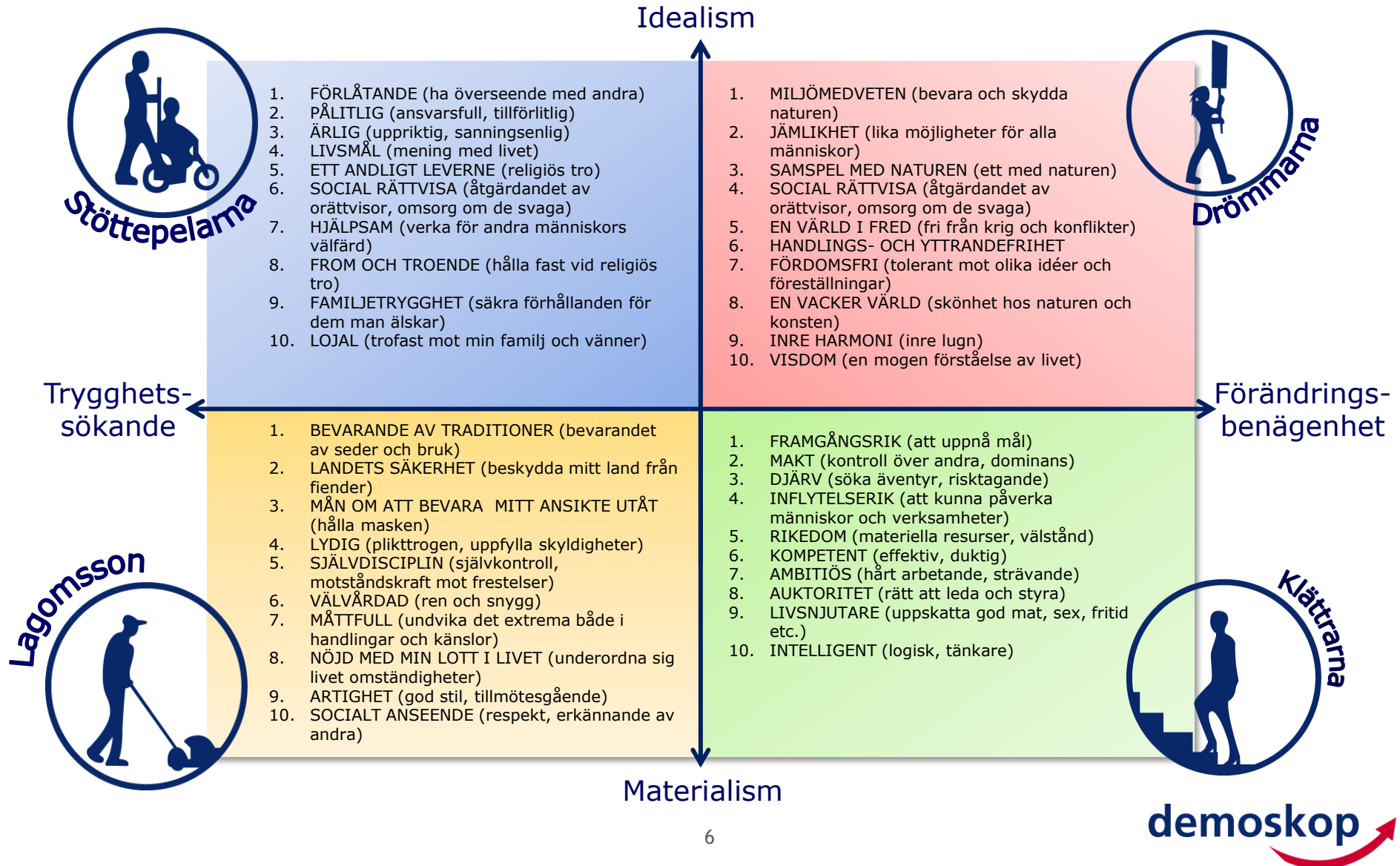
- etablering av värderingsmodell utifrån synen på näringsliv och företagande

Entreprenörskap

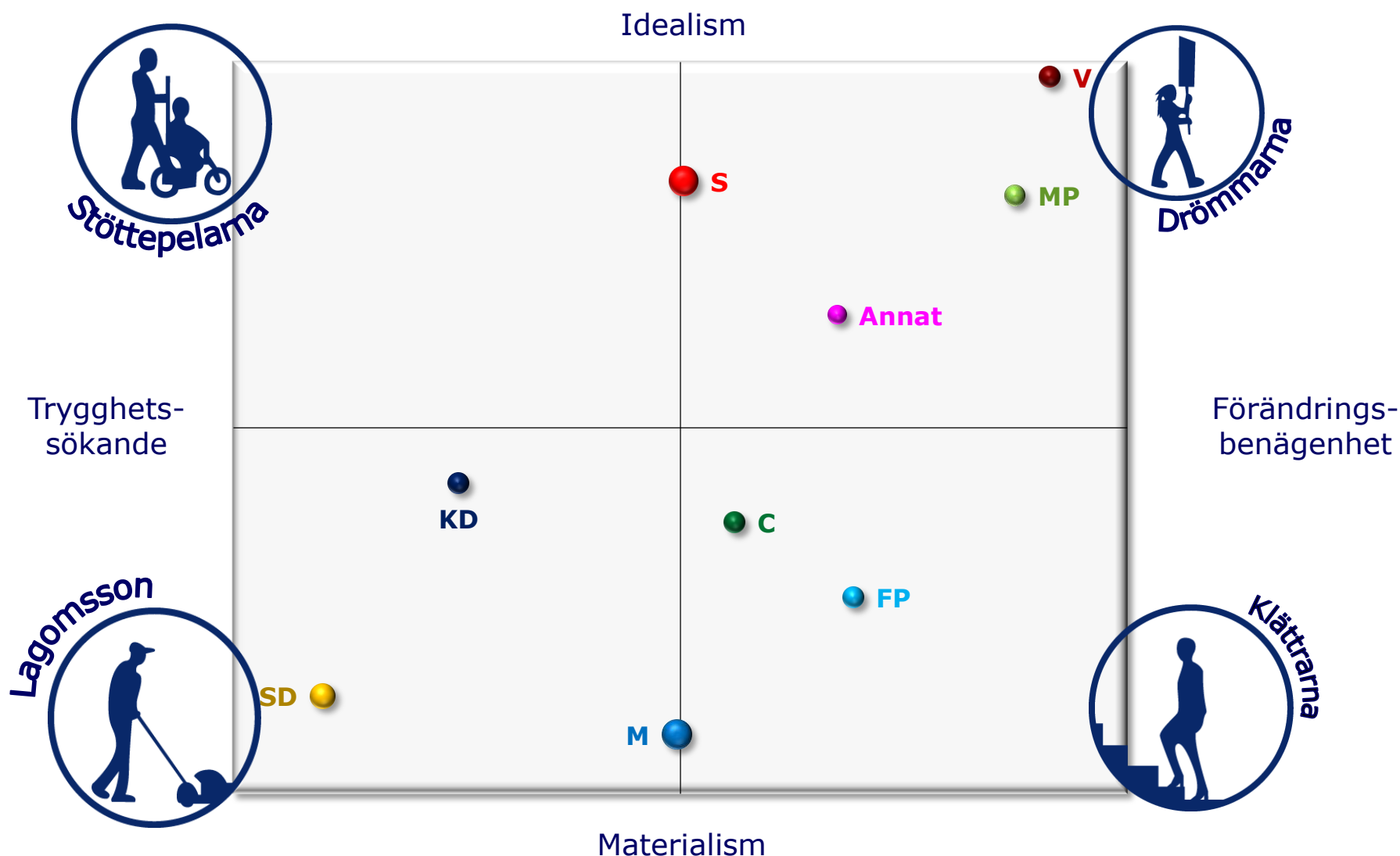
- attityder till företagande, barriärer för entreprenörskap

Demoskops värderingskarta





















En position i en kvadrant innebär att man värdesätter de egenskaper som listas i kvadranten.



Demoskops värderingskarta 2015 - Partier



Segmenteringsanalys - exempel

Segment	Faktor		
	Sammanhang	Kvalitet	Design
			
			
			
			
			
<div>  Mycket viktigt  Ganska viktigt  Varken eller  Ganska oviktigt  Mycket viktigt </div>			

Tidsserier sedan 2003 - exempel

Skulle du kunna tänka dig att göra något av följande om du visste att du inte skulle få någon påföljd?

